

George Katona (1901-1981): precursor da Psicologia Económica

ELSA SIMÕES RAPOSO (*)

George Katona pode considerar-se o precursor, ou, mais exactamente, o inspirador da investigação em Psicologia Económica. Foi a partir dos seus trabalhos pioneiros que esta disciplina se desenvolveu.

Katona, que nasceu em Budapeste em 1901, começou a sua vida como psicólogo, e fez o seu doutoramento em Psicologia Experimental na Universidade de Goettingen na Alemanha em 1921. Vivia-se então um período de grande inflação nesse país, o que o levou a escrever um artigo sobre a psicologia da inflação. Embora ele próprio reconhecesse que a análise por si feita neste artigo era falível, foi a partir deste momento que surgiu o seu interesse pela economia. Após alguns estudos nesta disciplina, lançou-se na carreira de jornalista económico, enquanto prosseguia a investigação em Psicologia Experimental.

Foi editor associado do jornal *Der Deutsche Volkswirt* até à data da sua confiscação por Hitler, em 1933. Emigra, então, para os Estados Unidos da América. Aqui publica, em 1942, o livro *War Without Inflation*, que o leva a dedicar-se ao estudo empírico dos comportamentos económicos.

Embora nas teorias económicas tradicionais não se faça a distinção entre diversos tipos de inflação em relação às reacções do consumidor, George Katona diferencia a inflação rastejante (subida pequena de preços durante anos) de outros tipos de inflação que ele denomina galopantes (*runaway*). Compreende-se esta sua preocupação, pois, como psicólogo, ele sabe que só se pode esperar uma resposta do indivíduo se ele percebe o estímulo. Portanto, o consumidor só vai reagir à alta de preços se esta está acima do seu limiar perceptivo. E, como diz Pierre Louis Reynaud (1974), referindo-se à influência da *Gestalt* na Psicologia Económica: «Tal como uma figura parecida com um triângulo é vista como um triângulo, assim também em economia uma situação que se parece com a inflação, será percebida como a inflação». Na realidade, através dos seus inquéritos, Katona verifica que o consumidor não vai responder de forma semelhante aos dois tipos de inflação, e que são necessárias medidas diferentes para combater a inflação rastejante e galopante. Actualmente admite-se que os fenómenos puramente monetários (excesso de fluxos monetários sobre os fluxos reais) não sejam suficientes para explicar a inflação, e que uma das causas possa ser também um excesso de procura em relação à

(*) Psicóloga. Assistente de Psicologia Social da Faculdade de Economia da UNL.

oferta de bens e serviços (Alain Cotta, 1978). As acções do agente económico, seja ele apenas consumidor, são, pois, decisivas. Seria, por isso, desejável, segundo Katona, para que um governo pudesse tomar medidas eficazes de combate à inflação, a colheita regular de dados, em entrevistas ao consumidor, que possa reflectir como este percebe a situação.

Em 1941 é criado o *Survey Research Center* na Universidade de Michigan nos Estados Unidos da América, e é George Katona que o vai dirigir. A sua grande preocupação é explicar e prever os comportamentos económicos a nível da macroeconomia. Com esse fim desenvolve progressivamente um método para observar e prever os comportamentos económicos: *The Sample Interview Survey*. Estes inquéritos são constituídos por entrevistas em questionários detalhados, sobre amostras representativas da população, e feitas por entrevistadores bem treinados. Uma das diferenças destes inquéritos em relação às simples sondagens económicas é que, neles, são utilizadas as leis da psicologia. Foi demonstrado que, para explorar os problemas fundamentais da Psicologia Económica, não basta fazer inquéritos cujas respostas sejam sim ou não. O método usado é sempre de perguntas fixas e respostas abertas: deve-se permitir que o entrevistado se exprima completamente. Além disto, Katona pensa que, para apreciar as respostas económicas, é necessário preocupar-se com a personalidade do entrevistado: conhecer o montante e a origem dos seus rendimentos, a sua maneira de sentir e pensar em relação aos problemas económicos em geral, etc.

A partir destes inquéritos obtêm-se dados de ordem financeira e demográfica: rendimento, compra de bens duráveis, meio urbano ou rural, número de pessoas que constituem o agregado familiar, etc.; e de ordem psicológica: atitudes, intenções de compra, etc. (Albou, 1974). As duas funções fundamentais destes inquéritos são o esta-

belecimento de tendências temporais (Katona entende que os inquéritos devem ser feitos regularmente, o que tem acontecido no *Survey Research Center*), e o estabelecimento de relações funcionais entre variáveis psicológicas e variáveis económicas.

Os escritos de George Katona, em que se adivinha uma preocupação de ser claro, na tradição de jornalista que foi, começaram por estar ligados à *Gestalt* e à Teoria de Campo de Kurt Lewin. Deste vai, por exemplo, utilizar o conceito de nível de aspiração na sua discussão sobre a poupança. Contrariamente ao que seria de esperar, as pessoas continuam a poupar ao atingirem o fim da sua carreira ou a reforma, e mesmo depois de terem atingido o objectivo que deu origem ao início da sua poupança, como, por exemplo, a compra de uma casa ou de um automóvel. Katona explica esta tendência referindo-se ao nível de aspiração. Assim, se uma pessoa tinha a aspiração de atingir um nível de rendimento X ao reformar-se, e se o conseguiu, elevará o seu nível de aspiração e continuará a poupar. Pode mesmo aumentar a poupança se estiver perto do objectivo a atingir. «No entanto, não há referências empíricas directas, ao nível de aspiração, nos seus inquéritos. Há questões relacionadas com desejos, expectativas, intenções e satisfações, mas nenhuma pergunta explícita referente ao nível de aspiração em relação a um objectivo» (Waerneryd, 1982).

Foi talvez a psicologia do gasto e da poupança que mais despertou a atenção de George Katona. Baseando-se nos seus estudos empíricos, ele vai criticar a lei fundamental de Keynes, quando este diz que os indivíduos estão dispostos a aumentar o consumo quando o rendimento aumenta, mas de um montante inferior a esse aumento; e que um aumento de rendimento é muitas vezes acompanhado por um crescimento de poupança, assim como uma diminuição de rendimento por uma menor

poupança. Para Katona (1963) estas afirmações são criticáveis por serem proposições de tudo ou nada, pois não é pressuposto que o comportamento seja idêntico em todas as circunstâncias. É necessário entrar em linha de conta com outros factores, como, por exemplo, se a mudança de rendimento é permanente ou transitória, se o rendimento primitivo era alto ou baixo, qual a idade dos componentes do agregado familiar, etc.

Estudos empíricos, no pós-guerra, feitos nos Estados Unidos da América, confirmam que os gastos não são universalmente diminuídos quando o rendimento decresce, e que, sob o impacto de um aumento de rendimento, não é raro o agregado familiar endividar-se, ou para acumular poupança ou para adquirir bens duráveis que espera pagar à medida que o seu rendimento continua a crescer.

Na sua discussão sobre a poupança, George Katona entra com poucos conceitos teóricos, além do nível de aspiração que já referimos. A sua preocupação é basear-se em factos empíricos muito concretos, esforçando-se, sobretudo, por elucidar as contingências do comportamento de poupança e examinar que tipos de comportamentos ocorrem sob diferentes condições. Após a revisão dos dados empíricos que obteve, ao longo dos anos, muitos dos seus artigos tratam de problemas do consumo e da poupança que interessam principalmente aos economistas, como o papel do ciclo do negócio, o papel da liquidez, dos grandes fundos, etc.

George Katona utiliza ainda conceitos da Psicologia Social em geral. Refere-se, por exemplo, à problemática da Resolução de Problemas como equivalente à tomada de decisão que envolve deliberação e escolha. Diz que, ao contrário do que acontece na Psicologia Experimental, em que esse estudo é feito em «laboratório» — portanto em situações que podem não ser inteiramente realistas — os comportamentos eco-

nómicos oferecem a oportunidade de estudar no «campo» as condições sob as quais a decisão é tomada. Para Katona (1963), o hábito é uma força poderosa, tanto nos negociantes como nos consumidores, e são ainda os comportamentos económicos que oferecem uma possibilidade óptima para a análise do hábito e da sua formação. Compreende-se que os negociantes actuem a maior parte das vezes por hábito, pois que, se tivessem que examinar e analisar minuciosamente cada informação ou cada pequena mudança na conjuntura, não teriam certamente tempo de gerir o seu negócio. Vão, portanto, ter procedimentos que já estão estabelecidos no comércio ou na indústria, ou que sejam tradicionais na sua empresa. Da mesma maneira, o consumidor tende a adoptar estilos de consumo e de poupança correntes na sua família, no seu grupo social ou adquiridos através da experiência. No entanto, tanto uns como os outros abandonam o seu comportamento habitual quando percebem uma situação inteiramente nova, isto é, quando é necessária uma reorganização cognitiva.

George Katona fala na motivação que pode constituir, em determinadas circunstâncias, um estímulo económico, e contrapõe à Teoria Económica Clássica, que postula um único motivo — maximização da utilidade e do lucro — teorias psicológicas, afirmando que muitas unidades do comportamento são multimotivadas.

Um dos conceitos fundamentais dos seus escritos é o das expectativas, tratadas como um subgrupo das atitudes. Segundo Katona (1960), as expectativas são noções subjetivas das coisas, tornadas coloridas pelo afecto, aprovação ou desaprovação, satisfação ou insatisfação, e expressam intenções em agir de certa maneira, bem como ideias sobre o que acontecerá à pessoa, à sociedade ou à economia. Representam atitudes assumidas no momento em que são expressas. Podem resultar tanto das experiências passadas como de uma compreensão das

circunstâncias, e quanto mais recente e mais frequente foi a experiência, mais influenciará a expectativa. Mas acentua que, embora influenciadas pela experiência, as expectativas são determinadas pela interpretação individual. Assim, é necessário distinguir, por exemplo, uma mudança de rendimento que é percebida como permanente ou como uma etapa de novas mudanças no mesmo sentido, de outra que é considerada uma calma ou uma calamidade temporária. Esta diferente interpretação vai levar o consumidor a agir de forma diversa.

As expectativas são um factor de grande influência no comportamento de consumo e de poupança. Katona fez uma análise das expectativas, mudanças de preços e comportamento do consumidor. Chegou a algumas conclusões, ressaltando, no entanto, que estas podem ser restritas às circunstâncias em que foram obtidas. Referiremos algumas, pelo interesse que possam ter dentro da conjuntura económica que, de momento, vivemos. Como já foi dito, tal como as expectativas são influenciadas pelas experiências passadas, também as variações de preço no passado vão influenciar o consumidor, mas apenas se tiverem sido substanciais. É de notar que a percepção dessas variações pode ser diferente segundo a situação como um todo e a experiência pessoal de cada um. Normalmente, a expectativa de aumento de preços aumenta a procura, e se essa expectativa é de grandes aumentos, o que acontece especialmente numa fase de inflação «galopante», quando há desconfiança da moeda ou, ainda, com mais intensidade, numa época de rutura com o passado, pode haver compras em excesso e mesmo açambarcamento. Se há redução de preços, conjuntamente com a expectativa de futuras reduções, a procura diminui, mas, se essa redução for percebida como temporária, a procura aumenta. A experiência de preços estáveis, acompanhada da expectativa de que permaneçam estáveis, estimula a compra. Por último, o significado da variação

de preços vai depender não só da situação e da experiência pessoal, mas também de algumas noções cognitivas, como, por exemplo, a de que a inflação é prejudicial.

George Katona esforçou-se por compreender e prever as mudanças relativamente à aquisição de bens duráveis. Como essa aquisição depende não só do rendimento, mas também da disposição psicológica para a compra, criou-se, no *Survey Research Center*, o *Index of Consumer Sentiment* (I. C. S.) para medir as expectativas e as atitudes do consumidor. Este índice expressa o grau de optimismo e pessimismo do consumidor e está baseado em cinco perguntas sobre a expectativa dos inquiridos. De acordo com o já estabelecido pela prática do *Survey Research Center*, as perguntas são fixas e as respostas abertas. Através delas procura-se saber se o inquirido pensa que o próximo ano vai ser melhor ou pior do que o ano que passou, se será boa altura para fazer compras, e se pensa que os próximos meses serão melhores ou piores do que os anteriores. Cada resposta é seguida pela pergunta «Porque pensa assim?». Este índice é usado para fazer previsões de compras, nomeadamente de bens duráveis, a curto prazo. Não só foi demonstrado o valor de predição deste índice com equações de regressão para 1925-1966, como também vários estudos económicos mostraram que ele dá uma contribuição significativa para a explicação da variação das despesas do consumidor. (Waerneryd, 1982).

Seria difícil descrever, mesmo que muito resumidamente, toda a investigação de Katona e todos os conceitos que ele utilizou. Ao longo da sua vida publicou mais de uma centena de trabalhos entre livros e artigos, muitos destes publicados em revistas de Economia. Após a sua emigração para os Estados Unidos da América, as primeiras obras estiveram principalmente relacionadas com a investigação económica. Como economista, Katona não estava interessado em desenvolver uma teoria econó-

mica abstracta, porque tinha a convicção de que um melhor conhecimento do comportamento económico era importante para a Teoria Económica. Como psicólogo, tinha a noção — e os seus trabalhos seguiram essa direcção — de que a investigação sobre o comportamento económico era uma oportunidade única para o estudo e compreensão do comportamento social em geral.

George Katona foi simultaneamente professor de Economia e de Psicologia da Universidade de Michigan, de 1950 a 1972. Foi ainda professor convidado do *Massachusetts Institute of Technology*, em 1961, e na Universidade de Nova Iorque em 1964.

Recebeu graus honoríficos na Universidade de Amesterdão, em 1977, na Universidade de Illionois em Urbana-Champaign em 1981, e na Universidade Livre de Berlim, também em 1981.

Até à sua morte, em Junho de 1981, Katona continuou sempre a trabalhar e a investigar no *Survey Research Center* da Universidade de Michigan, fundado quarenta anos antes.

PUBLICAÇÕES DE GEORGE KATONA

1921. «Experimentelle Beitrage zur Lehre von den Beziehungen zwischen den achromatischen und chromatischen Schprozessen», *Zeitschrift für Sinnesphysiologie*, 53, 145-173.
1924. *Psychologie der Relationserfassung und des Vergleichens*, Barth, Leipzig.
1925. «Experimente über die Grossenkonstanz», *Zeitschrift für Psychologie*, 97, 215-251.
1926. «Experimentelle Untersuchungen über simultane und sukzessive Gesichtswahrnehmungen», *Psychologische Forschung*, 7, 226-256.
1927. «Eine kleine Anschauungsausgabe», *Psychologische Forschung*, 9, 159-163.
1929. «Zur Analyse der Helligkeitskonstanz», *Psychologische Forschung*, 12, 94-126.
1935. «Color-contrast and color-constancy», *Journal of Experimental Psychology*, 18, 49-63.
1939. «Organization in human learning», *Transactions of the New York Academy of Sciences*, 2, 59-61.
1940. *Organizing and memorizing: studies in the psychology of learning and teaching*, Columbia University Press (reed. em 1967 por Hafner Publishing Company, Nova Iorque).
1942. *War without inflation: the psychological approach to problems of war economy*, Columbia University Press, Nova Iorque.
1942. «The role of order of presentation in learning», *American Journal of Psychology*, 55, 32-353.
1942. «On different forms of learning by reading», *Journal of Educational Psychology*, 33, 335-355.
1944. «The role of the frame of reference in war and post-war economy», *American Journal of Sociology*, 49, 340-347.
1944. (Com Dickson H. Leavens) «Price increases and uptrading», *Journal of Business*, 17, 231-243.
1945. *Price control and business; field studies among producers and distributors of consumer goods*, Cowles Commission e Principia Press, Bloomington, IN.
1946. (Com Angus Campbell) «A national survey of wartime savings», *Public Opinion Quarterly* (Outono), 373-381.
1946. «Psychological analysis of business decisions and expectations», *American Economic Review*, 36, 44-62.
1946. (Com R. Likert) «Relationship between consumer expenditures and savings: the contribution of survey research», *The Review of Economics and Statistics*, 28, 197-199.
1947. «Contribution of psychological data to economic analysis», *Journal of the American Statistical Association*, 42, 449-459.
1949. «Effect of income changes on the rate of saving», *The Review of Economics and Statistics*, 31, 95-103.
1949. «Analysis of dissaving», *American Economic Review*, 39, 673-688.
1949. «Financial surveys among consumers», *Human Relations*, 2, 3-11.
1949. «Sustained consumer purchases indicated», *Michigan Business Review* (Julho), 9-14.
1950. (Com Janet A. Fisher) «Postwar changes in the income of identical consumer units», in *Studies in income and wealth*, vol. 13, pp. 63-119, National Bureau of Economic Research, Nova Iorque.
1951. *Psychological analysis of economic behavior*, McGraw-Hill, Nova Iorque.
1951. «Expectations and decisions in economic behavior», in Daniel Lerner e Harold D.

- Lasswell (eds.), *The policy sciences: recent developments in scope and method* Stanford, CA, Stanford University Press.
1952. (Com I. R. Klein) «Psychological data in business cycle research», *American Journal of Economics and Sociology*, 12, 11-22.
1952. (Com James N. Morgan) «The quantitative study of factors determining business decisions», *The Quarterly Journal of Economics*, 66, 67-90.
1952. (Com Albert Lauterbach) *The people versus inflation*, (14 pp.), United States Government Printing Office, Washington.
1953. (Com Eva Mueller) *Consumer attitudes and demand: 1950-1952*, Survey Research Center, Institute for Social Research, The University of Michigan, Ann Arbor, MI.
1953. «Rational behavior and economic behavior», *Psychological Review*, 60, 307-318.
1953. (Com Angus Campbell) «The sample survey: a technique for social-science research», in Leon Festinger e Daniel Katz (eds.), *Research methods in the behavioral sciences*, pp. 15-55, Dryden Press, Nova Iorque.
1953. «Changing assumptions in the theory of business behavior», in *Proceedings of the Fifth Annual Meeting of the Industrial Relations Research Association*, pp. 1-8.
1953. «Comment on "War, cold war, and savings"», in W. W. Heller, F. M. Boddy e C. L. Nelson (eds.), *Savings in the modern economy*, pp. 163-167, University of Minnesota Press, Minneapolis, MN.
1953. (Com John B. Lansing e Peter E. de Janosi) «Stock ownership among American families», *Michigan Business Review*, 5, 12-16.
1953. «Income and demand for consumer goods», *The Conference Board Business Record*, 10, 103-106.
- 1953-1954. «Survey research in Germany», *Public Opinion Quarterly*, 17, 471-480.
1954. «Economic psychology», *Scientific American*, (Out.), 31-36.
1954. «A study of purchase decisions», in Lincoln H. Clark (ed.), *Consumer behavior I*, pp. 30-36, New York University Press, Nova Iorque.
1954. «Variability of consumer behavior», in Lawrence R. Klein (ed.), *Contributions of survey methods to economics*, pp. 49-89, Columbia University Press, Nova Iorque.
1955. «The predictive value of data on consumer attitudes», in Lincoln H. Clark (ed.), *Consumer behavior II*, pp. 66-75, New York University Press, Nova Iorque.
1956. (Com Eva Mueller) «The consumer outlook for 1956», *Michigan Business Review*, 8, 1-9.
1956. «Consumer outlook», *Fourth Annual Conference on the Economic Outlook*, Dept. of Economics, University of Michigan, Novembro, pp. 11-22.
1957. «Consumer buying habits: analysis of a ten-year study», in *The integrated approach to product planning*, American Management Association, Marketing series n.º 101, pp. 56-68.
1957. «Federal Reserve Board committee reports on Consumer expectations and savings statistics», *Review of Economics and Statistics*, 39, 40-46.
1957. «The function of survey research in economics», in Mirra Komarovsky (ed.), *Common frontiers of the social sciences*, pp. 358-376, Free Press/Falcon's Wing Press, Glencoe, IL.
1957. «How business meets money needs», *Nation's Business* (Dez.), 32.
1957. «Public opinion and economic research», *Public Opinion Quarterly*, 21, 117-129.
1957. «Attitudes toward saving and borrowing», in *Consumer installment credit*, Part II, vol. 1, National Bureau of Economic Research e Federal Reserve Board.
1957. (Com Stanley Steinkamp e Albert Lauterbach) *Business looks at banks: a study of business behavior*, The University of Michigan Press, Ann Arbor, MI.
1958. «Business expectations in the framework of psychological economics (toward a theory of expectations)», in Mary Jean Bowman (ed.), *Expectations, uncertainty, and business behavior*, pp. 59-74, Social Science Research Council, Nova Iorque (de um colóquio no Carnegie Institute of Technology, 27-29 Out. 1955, sob os auspícios do Committee on Business Enterprise Research).
1958. «Attitude change: instability of response and acquisition of experience», *Psychological Monographs*, 72 (10), 1-38.
1958. (Com Eva Mueller) «Buyer's attitudes», *The Residential Appraiser*, 24, 8-14.
1958. «These consumer attitudes are key to outlook», *Nation's Business*, 46 (8), 46-49.
1959. «New consumer mood affects you», *Nation's Business*, 47 (4), 110-113.
1959. «La psychologie de la recession», *Economie Appliquée. Archives de l'Institut de*

- Science Economique Appliquée* (Jul.-Set.), número especial.
1959. «The psychology of the recession», *American Psychologist*, 14 (Jan.), 135-143.
1959. «Repetitiousness and variability of consumer behavior», *Human Relations*, 12, 35-49.
1960. *The powerful consumer: Psychological studies of the American economy*, McGraw-Hill, Nova Iorque.
1960. «Changes in consumer expectations and their origin», in *The quality and economic significance of anticipations data*, pp. 53-89, Princeton University Press, National Bureau of Economic Research, Princeton, NJ.
1960. *Das Verhalten der Verbraucher und Unternehmer*, Tübingen, J. C. B. Mohr (trad. alemã de Erik Boettcher).
1960. «Neue Kennzeichen der Inflation in den USA», in *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts und Gesellschaftspolitik*, Tübingen, J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), pp. 69-76.
1960. «Consumers will ease next recession», *Nation's Business*, 48 (3), 34 ff.
1960. (Com Eva Mueller) «The function of expectational and motivational data», in *Proceedings of the business and economic statistics section*, pp. 267-274, American Statistical Association, Washington.
1961. «On the so-called wealth effect», *The Review of Economics and Statistics*, 43, 59-60.
1961. «Have consumers stopped wanting?», *Printer's Ink* (Fev.), 20-26.
1961. «I consumatori Americani di fronte all'inflazione Serpeggiante», *Mercurio*, 4 (3), 7-13.
1961. «What buyers will do now», U.S., *News and World Report* (Mar.), 49-50.
1961. «Consumer investment and business investment», *Michigan Business Review*, 13 (Jul.), 17-22.
1961. *1960 survey of consumer finances*, Survey Research Center, University of Michigan.
1961. «Consumers — wasters or investors?» *Challenge* (Dez.), 14-16.
1962. «Consumer behavior in our changing environment», *Marketing Adjustment to the Environment*, 59, 74, Bureau of Business Management, University of Illinois, Urbana, IL.
1962. «Attitudes toward installment credit», doc. distribuído na Credit Conference, *The Industrial Banker* (Jun.), 12 ff. (Também traduzido e publicado na Suécia).
1962. (Com C. Lininger, J. N. Morgan e E. Mueller) *1961 survey of consumer finances*, Survey Research Center, University of Michigan.
1962. «How consumers rule the U. S. economy», *Think* (Set.), 2-5.
1962. «The consumer's view of consumer credit», doc. distr. à Finance Association em Denver, *Consumer Finance News* (Out.), 3-5.
1962. «Comments on President's Science Advisory Committee Report on strengthening the behavioral sciences: letter to the editors», *Behavioral Science*, 7 (4), 481-483.
1962. (Com a equipa) «Fifteen years of experience with measurement of consumer expectations», in *1961 proceedings of business and economic statistics section*, pp. 169-180, American Statistical Association, Washington, DC.
1962. «Why European market is growing», *Nation's Business*, 50 (11), 118-124.
1962. «Tax cut will give real lift to economy, says Michigan study», *Printer's Ink* (Out.), 22.
1962. «Motivational research and the consumer», in *Proceedings of the XIV International Congress of Applied Psychology*, vol. 5, pp. 149-160, Munksgaard, Copenhagen.
- 1962-1963. «Lo sviluppo economico e gli investimenti dei consumatori», in *La scuola in azione*, pp. 5-17, San Donato Milanese, Mi-lão.
1963. (Com C. Lininger e R. Kosobud) *1962 survey of consumer finances*, Survey Research Center, University of Michigan.
1963. «The relationship between psychology and economics», in Sigmund Koch (ed.), *Psychology, a study of a science*, vol. 6, pp. 639-676, McGraw-Hill, Nova Iorque.
1964. (Com John B. Lansing) «The wealth of the wealthy», *Review of Economics and Statistics*, 46 (1), 1-13.
1964. *The mass consumption society*, McGraw-Hill, Nova Iorque.
1964. (Com C. Lininger e E. Mueller) *1963 survey of consumer finances*, Survey Research Center, University of Michigan.
1965. *Private pensions and individual saving*, Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor, MI.
1965. *1964 survey of consumer finances*, (245 pp.), Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.

1966. *1965 survey of consumer finances*, (241 pp.), Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1967. (Com Eva Mueller, Jay Schmiedeskamp e John A. Sonquist), *1966 survey of consumer finances*, Survey Research Center, Ann Arbor, MI.
1967. «Anticipations, statistics and consumer behavior», *American Statistician*, 21 (Abr.), 12-13.
1967. «What is consumer psychology?», *American Psychologist*, 22 (3), 219-226.
1968. «On the function of behavioral research in economics», comunicação, *American Economic Review*, 58 (1), 146-150.
1968. «Consumer behavior: theory and findings on expectations and aspirations», *American Economic Review*, 58 (2), 19-30.
1968. (Com Eva Mueller) *Consumer response to income increases*, The Brookings Institution, Washington, DC.
1968. «Consumer behavior and monetary policy», in *Geldtheorie und Geldpolitik (Festschrift für Günther Schmolders)*, pp. 117-132, Duncker and Humblot, Berlim.
1968. (Com J. N. Morgan, J. W. Schmiedeskamp e J. A. Sonquist) *1967 survey of consumer finances*, (343 pp.), Survey Research Center, Ann Arbor, MI.
1969. (Com W. Dunkelberg, J. Schmiedeskamp e F. Stafford) *1968 survey of consumer finances*, Survey Research Center, Ann Arbor, MI.
1969. (Com James N. Morgan e Richard E. Barfield) «Retirement in prospect and retrospect», in *Trends in early retirement. Occasional Papers in Gerontology*, pp. 27-49.
1969. «Consumer expectations as an economic indicator», in *The economic outlook for 1969*, Dept. of Economics, University of Michigan, Ann Arbor.
1970. (Com William Dunkelberg, Gary Hendricks e Jay Schmiedeskamp), *1969 survey of consumer finances*, Survey Research Center, Ann Arbor, MI.
1970. «Attitudes toward fiscal and monetary policy», *Public Policy*, 18 (2), 281-288.
1971. (Com Burkhard Strümpel e Ernest Zahn) *Aspirations and affluence: comparative studies in the United States and Western Europe*, McGraw-Hill, Nova Iorque.
1971. «The impact of inflation on consumer attitudes and behavior», *The Conference Board Record*, 8 (Mar.), 48-51.
1971. «Consumer durable spending: explanation and prediction», *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, Washington, DC.
1971. «Measurement and predictive value of attitudes and expectations», in C. W. King e D. J. Tigert (eds.), *Attitude research reaches new heights*, pp. 331-338, American Marketing Association («Marketing Research techniques», *Bibliography Series*, 14).
1971. «The mood of the consumer», *Ward's Auto World* (Jan.), 17-20.
1971. (Com Judith Hybels e Jay Schmiedeskamp) «Who owns mutual funds? and why?», *Institutional Investor*, 5 (2), 35 ff.
1971. (Com Lewis Mandell e Jay Schmiedeskamp) *1970 survey of consumer finances*, Survey Research Center, Ann Arbor, MI.
1971. «Consumer expectations and forecasting», in *The economic outlook for 1972*, pp. 89-97, Dept. of Economics, University of Michigan.
1972. «The human factor in economic affairs», in Angus Campbell (ed.), *The human meaning of social change*, pp. 229-262 (cap. 7), Russell Sage Foundation, Nova Iorque.
1972. «Theory of expectations», in B. Stümpel, J. N. Morgan e E. Zahn (eds.), *Human behavior in economic affairs*, Elsevier, Amsterdão.
1973. «Cognitive processes in learning: reactions to inflation and change in taxes», in L. Mandell et al, *Surveys of consumers 1971-1972*, Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1974. «Psychology and consumer economics», *Journal of Consumer Research*, 1, 1-8.
1975. «Persistence of belief in personal-financial progress», in Burkhard Strümpel (ed.), *Human needs and economic wants*, Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1975. «Forecasting through anticipatory variables», *Economic Outlook USA*, 2 (2). (Uma publicação trimestral do Survey Research Center, University of Michigan).
1975. «The recovery may be short», *Economic Outlook USA*, 2 (3).
1975. *Psychological economics*, Elsevier, Nova Iorque.
1976. (Com Burkhard Strümpel) «Consumer investment versus business investment», *Challenge* (Jan.-Fev.), 12-16.
1976. «Economics as a behavioral science», in Martin Pfaff (ed.), *Frontiers in social thought, Essays in honor of Kenneth E. Boulding*, pp. 27-36, North-Holland, Amsterdão.

1976. «The psychology of inflation», in Richard T. Curtin (ed.), *Surveys of consumers 1974-1975*, pp. 9-19, Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1976. «Changes in attitudes and expectations», in R. T. Curtin (ed.), *ibid.*, pp. 157-202.
1976. «Understanding consumer attitudes», in R. T. Curtin (ed.), *ibid.*, pp. 203-219.
1976. «Persistence of belief in personal financial progress», in B. Strümpel (ed.), *Economic means for human needs*, pp. 83-105, Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1978. «A new economic era», *Public Opinion Quarterly* (Mar.-Abr.), 9-11.
1978. «Behavioral economics», *Challenge* (Set.-Out.), 14-18.
1978. (Com Burkhard Strümpel) *A new economic era*, Elsevier, Nova Iorque.
1979. «Toward a macro psychology», *American Psychologist*, 34, 118-126.
1979. «Consumer expectations as a guide to the economy», *Public Opinion Quarterly* (Jan.-Fev.), 15-17.
1980. *Essays on behavioral economics* (com uma contribuição de James N. Morgan), Institute for Social Research, Ann Arbor, MI.
1980. «How expectations are really formed», *Challenge* (Nov.-Dez.), 32-35.
1980. «Sizing up the consumer: it started with war bonds», *Dun's Review* (Set.), 28-32.
1981. «The lessons of the 1964 tax cut: will they apply today?», *Public Opinion Quarterly* (Fev.-Mar.), 7-9.
1981. (Com F. Thomas Juster) *Economic psychology: evaluation and prospects*, doc. apresentado ao Annual Colloquium of Economic Psychologists, Paris.
1981. «Interdisciplinary research», *Interview and Analyse*, 8, 400-404.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ADICIONAIS

- ALBOU, P. (1962) — «Initiation a la Psychologie Économique», *Bulletin de Psychologie*, 211 (XVI).
- ALBOU, P. (1974) — «La Psychologie Économique», in M. Reuchlin (ed.), *Traité de Psychologie Appliquée*, vol. 10, PUF, Paris.
- COTTA, A. (1978) — *Dicionário de Economia*, Publicações D. Quixote, Lisboa.
- PEREIRA, O. G. (1980) — «Psicologia Económica: Disciplina do Futuro», UNL, Lisboa.
- REYNAUD, P. L. (1974) — *Précis de Psychologie Économique*, PUF, Paris.
- WARNERYD, K. E. (1982) — «The Life and Work of George Katona», in *Journal of Economic Psychology*, vol. 2-1, 1-31.



Assinaturas:

Normal:
1 200\$00

Instituições:
2 000\$00

**RECEBA A REVISTA
EM SUA CASA ANTES
DA DISTRIBUIÇÃO
NAS LIVRARIAS**

**GARANTE O ACESSO
A UM EXEMPLAR**

**A NOSSA CONTINUIDADE
E A MELHORIA DE QUALIDADE
TAMBÉM DEPENDE DE SI**

**COMPLETE A SUA COLECÇÃO
DE**

ANALISE PSICOLÓGICA

Volume I:

N.º 1: (Esgotado)
N.º 2: (Esgotado)
N.º 3: (Esgotado)
N.º 4: 250\$00

Volume II:

N.º 1: (Esgotado)
N.º 2: (Esgotado)
N.º 3: 250\$00
N.º 4: 250\$00

Série I:

N.º 1: 250\$00
N.º 2: 250\$00
N.º 3: 300\$00
N.º 4: 300\$00

Série II:

N.º 1: 300\$00
N.º 2/3: 450\$00
N.º 4: 350\$00

Os números esgotados podem ser fotocopiados ao preço de 400\$00

Faça o seu pedido, enviando cheque ou vale de correio em nome do:

INSTITUTO SUPERIOR DE PSICOLOGIA APLICADA

Rua Jardim do Tabaco, 44 — 1100 LISBOA